

И. В. Сидорская

Белорусский государственный университет

GOVERNMENT RELATIONS КАК ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ И КАК КОММУНИКАЦИЯ

Традиционно Government Relations рассматривается в научной литературе как специализированная деятельность со всеми деятельностными атрибутами: субъектом с его целями, ресурсами и инструментами, и объектом, который в процессе деятельности претерпевает значительные изменения. В соответствии с такой классификацией GR определяется как специфическая разновидность управленческой информационно-коммуникационной деятельности, целью которой выступает оптимизация взаимоотношений коммерческой организации и органов власти, осуществляющих прямое либо косвенное влияние на нее.

Однако справедливо, на наш взгляд, рассматривать GR и как разновидность коммуникации: если деятельность является отношением субъектно-объектным (статусом субъекта обладает лишь тот, кто деятельность осуществляет), то коммуникация по определению субъектна-субъектна, т.е. наделяет статусом субъекта не только источника информации, но и получателя, заменяя «воздействие» «взаимодействием». Такой подход обладает значительным гуманистическим и эвристическим потенциалом, он позволяет рассматривать отношения власти и бизнеса в категориях формирования взаимного доверия и согласования интересов, в отличие от деятельностного, предусматривающего достижение целей лишь субъекта деятельности. Поэтому все дисциплины, формирующие знание о коммуникации и развивающие коммуникативную компетентность студентов («Теория коммуникации», «Межличностная коммуникация», «Психология коммуникации», «Внутриорганизационная коммуникация» и др.), работают на формирование профессиональных компетенций, востребованных на рынке GR-услуг. Особо в этой связи необходимо отметить дисциплину «Деловая

коммуникация», направленную на развитие навыков эффективного взаимодействия в ситуации делового общения и формирующую следующие компетенции: разбираться в законодательстве в сфере деятельности организации; составлять оперативную и отчетную документацию по установленным формам; взаимодействовать со специалистами, менеджерами и сотрудниками организации для получения специализированной информации о деятельности организации, ее продуктах и услугах с целью ее интерпретации для успешного восприятия целевыми аудиториями; вести переговоры с другими заинтересованными участниками, в том числе органами государственного управления.